



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmittelmarktes in **Teutschenthal**, Hallesche Straße 1a

Auftraggeber: Netto Marken-Discount AG & Co. KG,
Maxhütte-Haidhof

Projektleitung: Dr. Eddy Donat
Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, am 21.06.2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 - 33

01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 2167273

Telefax: 0351 / 8023895

E-Mail: info.@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	7
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	8
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	9
II. Standortbeschreibung und -bewertung	12
1. Makrostandort Teutschenthal	12
2. Mikrostandort Hallesche Straße 1a	14
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial	18
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	18
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	20
IV. Wettbewerbssituation	22
1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	22
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets	23
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	23
4. Zusammenfassung Wettbewerbssituation	25
V. Auswirkungen des Vorhabens	27
1. Umsatzprognose für den neu gebauten und erweiterten Netto Lebensmittelmarkt	27
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	28
2.1 Methodik	28
2.2 Umsatzumverteilungen	29
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	31
VI. Zusammenfassung	33

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Im Mai 2019 erteilte die Netto Marken-Discount AG & Co. KG, Maxhütte-Haidhof der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse bezüglich des geplanten Ersatzneubaus eines Netto Lebensmittelmarktes in Teutschenthal. Der bestehende Netto-Markt am Standort Hallesche Straße 1a¹ in Teutschenthal soll durch einen modernen Neubau ersetzt und von derzeit ca. 700 m² (inkl. Backshop und Windfang) auf dann rd. 1.101 m² (inkl. Konzessionärsfläche und Windfang) erweitert werden, so dass sich eine Erweiterungsfläche von rd. 401 m² ergibt.² Damit wird die Schwelle zur Großflächigkeit (> 800 m²) überschritten (vgl. Karte 1).

Ziel des Ersatzneubaus ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraums und eine optimierte Warenpräsentation die Kundenfreundlichkeit des Marktes zu erhöhen. Es soll v. a. ein an die demografische Entwicklung angepasster Markt geschaffen werden (breitere Gänge / niedrigere Regale). Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist hingegen nicht geplant.

Der zu prüfende Standort liegt nach Auskunft des Auftraggebers im Geltungsbereich des Vorhaben- und Erschließungsplanes (VEP) Nr. 3 „Kondi-Markt an der Zuckerfabrik“, der in Vorbereitung des Bauvorhabens von Netto aufgehoben werden soll. **Die Prüfung möglicher Auswirkungen erfolgt daher auftragsgemäß auf Basis von § 34 Abs. 3 BauGB.**

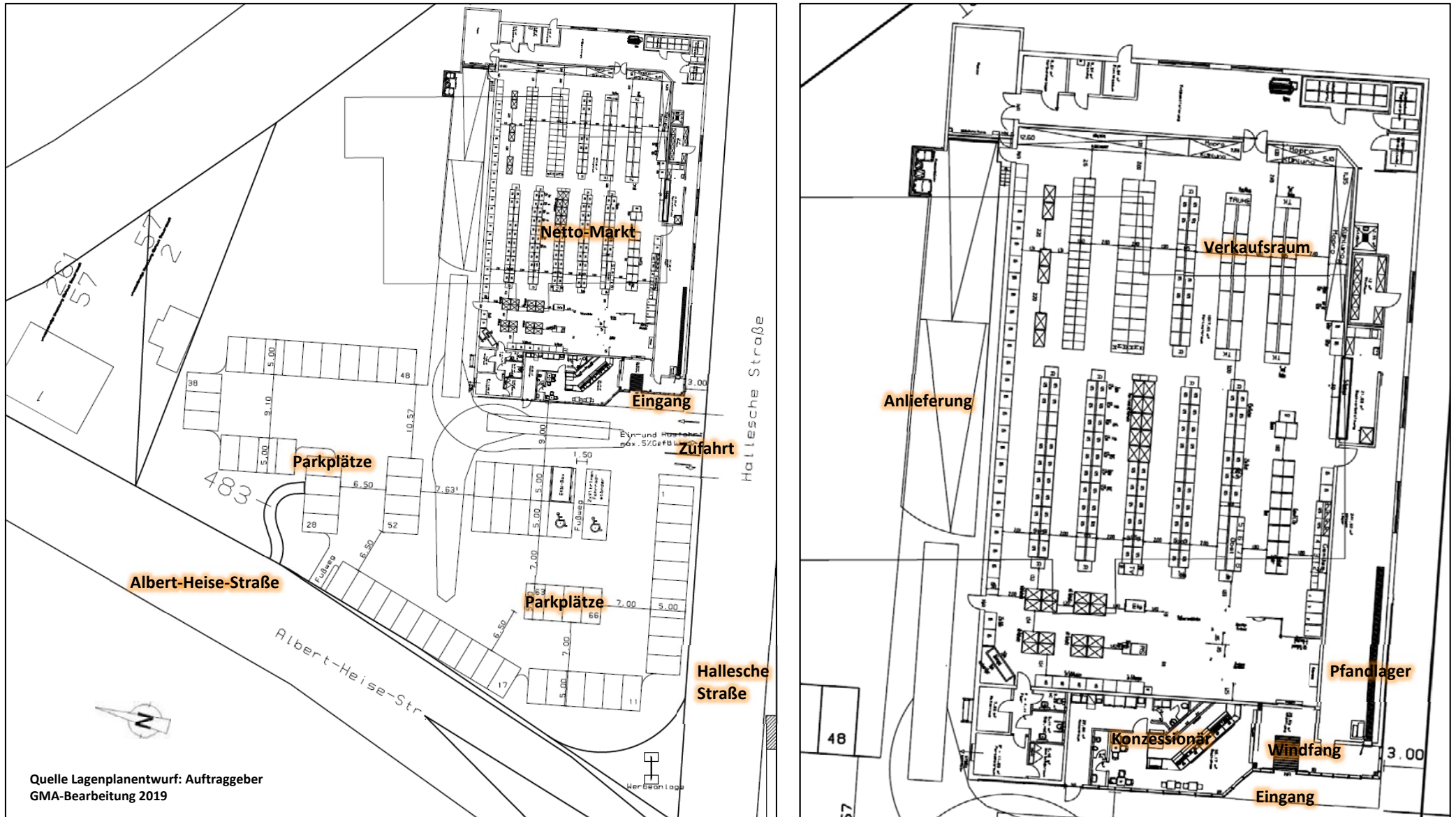
Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Makrostandortes
 - /// städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
 - /// Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
 - /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Teutschenthal (Wettbewerbsanalyse)
 - /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
 - /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen.

¹ Das Projektvorhaben umfasst das Objekt an der Hallesche Straße 1a bzw. die hier etablierte Filiale des Betreibers Netto Marken-Discount, Maxhütte-Haidhof. Nicht Gegenstand vorliegender Untersuchung ist der benachbarte Standort von Netto Stavenhagen an der Hallesche Straße 1b.

² Hinsichtlich der Belegung der Konzessionärsfläche im Vorkassenbereich ist ein Lebensmittelhandwerker vorgesehen. Die finale Belegung durch eine Fleischerei-Verkaufsstelle oder einen Backshop (Bäckereicafé) ist noch offen und wird daher in vorliegender Untersuchung neutral durchgeführt. Grundsätzlich ist sowohl die Konzessionärsfläche im Bestand als auch im Ersatzneubau als Funktionseinheit mit dem Netto-Markt zu sehen und daher bei der Verkaufsfläche als auch im späteren beim Umsatz mit anzurechnen.

Karte 1: Lagenplanentwurf, Planstandort Netto in Teutschenthal, Hallesche Straße 1a



Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Juni 2019 eine intensive Begehung des Projektstandortes und sonstiger Einzelhandelslagen, sowohl in der Standortgemeinde Teutschenthal als auch in den benachbarten Gemeinden (u. a. Bad Lauchstädt), vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Nach Aufhebung des VEP Nr. 3 „Kondi-Markt an der Zuckerfabrik“ befindet sich der Netto-Markt an der Hallesche Straße 1a im unbeplanten Innenbereich. Daher wird auftragsgemäß eine Beurteilung des Vorhabens gemäß § 34 BauGB vorgenommen. Dieser führt für den sog. unbeplanten Innenbereich in seiner aktuellen Fassung in den Absätzen 1, 3 und 3a aus:

- „(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.
- (3) Von Vorhaben nach Absatz 1 (...) dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.
- (3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung
 1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs oder der Erweiterung, Änderung oder einer zulässigerweise errichteten baulichen Anlage zu Wohnzwecken dient,
 2. städtebaulich vertretbar ist und
 3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.“

Nicht näher definiert wird in § 34 Abs. 3 BauGB, was konkret als „*schädliche Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche*“ anzusehen ist. In jedem Falle ist hierbei jedoch unter Zugrundelegung der aktuellen Rechtsprechung zwischen rein wettbewerblichen und städtebaulichen Effekten zu unterscheiden. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes sind schädliche Auswirkungen zu erwarten, wenn die

„[...] Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird. Eine solche Funktionsstörung

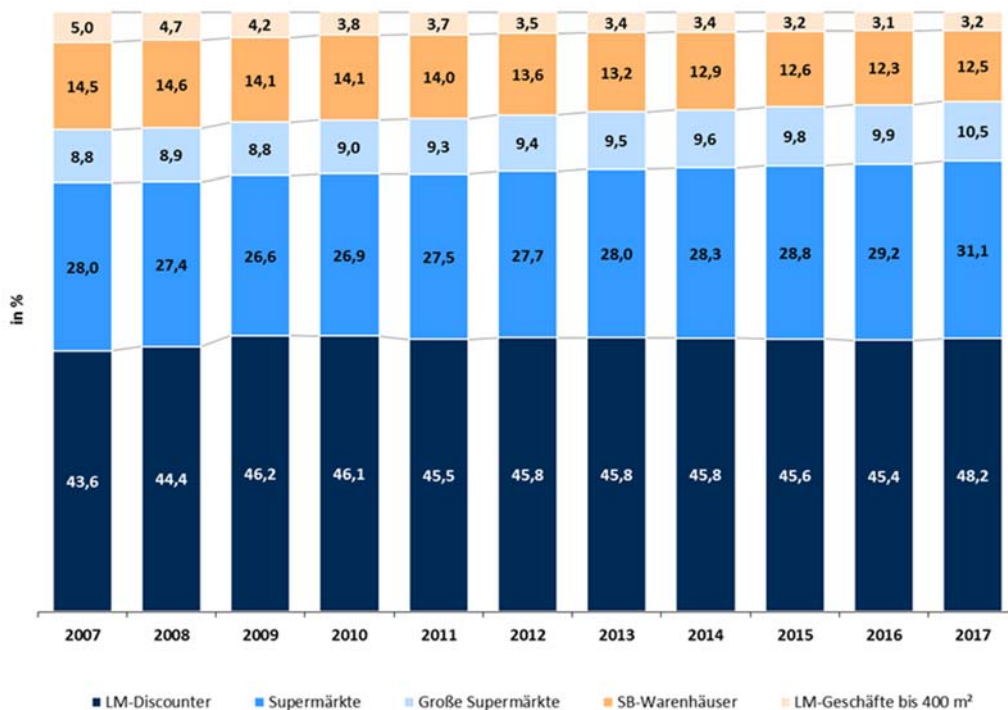
liegt vor, wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann“.³

Nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts und des OVG Münster⁴ verlangt § 34 Abs. 3 BauGB eine Prognose, im Rahmen derer alle Umstände des jeweiligen Einzelfalls in den Blick zu nehmen sind. Dabei ist insbesondere die Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu den im Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsflächen derselben Branche, die voraussichtliche Umsatzumverteilung, die Entfernung zwischen dem Vorhaben und dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich, eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen „Magnetbetriebs“, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat, zu berücksichtigen.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik dieser Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie an den demographischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2017



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

³ BVerwG 4 C 2.08, 17. Oktober 2009.

⁴ Vgl. BVerwG, 4 C 7.07, 11. Oktober 2007; BVerwG, 4 B 3.09, 12. Februar 2009; OVG NRW, 7 A 964/05, 11. Dezember 2006.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁵

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁶ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II⁷ aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikelführt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischerien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

⁵ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

⁶ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁷ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment führt.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Lebensmitteldiscounter die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von etwa 780 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 1.000 m² angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen auch großflächig zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 24 % der Artikel dem Nonfood-Bereich zuzuordnen sind (davon ca. 12 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %). Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.⁸

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 780 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.027 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

Beim **Anbieter Netto** liegt der Anteil am Nonfood-Sortiment sogar nur bei rd. 13 %⁹. Im Bereich der Nonfood I-Waren verfügt der Anbieter über eine größere Sortimentsbreite als Hard- und Soft-discounter. Das heißt, es werden mehr Waren des täglichen Bedarfs geführt. Hierbei sind solche Waren angesprochen, die auch der Sortimentsstruktur im Nonfood-Bereich eines Supermarktes entsprechen. Nach Angaben der Firma Netto beträgt der Umsatzanteil an Nonfood I-Waren ca.

⁸ Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016.

⁹ BBE-Strukturanalyse „Einordnung von Netto in die Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels“ 2013, Seite 14.

10 %. Zudem verzichtet Netto im Bereich der Nonfood II-Waren weitestgehend auf Aktionsware, so dass der Umsatzanteil hier lediglich bei etwa 3 % liegt. Insgesamt entfallen somit rd. 87 % des Umsatzes auf den Foodbereich bzw. 97 % auf Food- und Nonfood I-Waren und nur 3 % auf das Nonfood II-Sortiment. Dies hebt Netto wesentlich von anderen Discountern ab und zeigt bereits Ansätze eines Supermarktes.

Nach einer **Studie zur Einordnung des Unternehmens Netto in die Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels** wird auf eine Sondersituation hingewiesen. Die Einordnung in die Betriebstypensystematik erfolgt i. d. R. auf Basis der Abgrenzungskriterien Artikelanzahl, Verkaufsfläche, aber auch des Kundenservices und des Eigenmarkenanteils. Im Vergleich zu „normalen Discountern“ wird für die Netto Märkte festgestellt, dass sie...

- /// „eine höhere Artikelanzahl führen,
- /// einen hohen Anteil an Markenprodukten anbieten,
- /// einen deutlich geringeren Nonfood II-Anteil aufweisen,
- /// bei der Standortwahl (städtebauliche Integration) vergleichbar Supermärkten sind,
- /// über eine für Supermarktbetreiber typische Ausdifferenzierung von Markttypen verfügen,
- /// in einem der Markttypen über supermarkttypische Bedientheken verfügen,
- /// eine supermarkttypische Regalierung aufweisen und
- /// einen supermarkttypischen Mehrweganteil im Getränkebereich anbieten.“

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass Netto sich nicht in die gängige Betriebstypensystematik des Lebensmitteleinzelhandels einordnen lässt und somit einen Sonderfall darstellt. Dieser Einstufung zur Folge wird die Firma Netto gelegentlich auch als „**Hybrid-Discounter**“ eingestuft, als eine Variante des Discounters, welche zwischen Soft-Discounter und Supermarkt anzusiedeln ist.

Entscheidend für die weitere Bewertung des konkreten Vorhabens am Standort Teutschenthal, Hallesche Straße 1a, sind folgende Punkte:

- /// Die Aktionsartikel wechseln wöchentlich, ein kontinuierliches Angebot bestimmter Artikel ist nicht vorhanden.
- /// Die Aktionsartikel machen nur einen untergeordneten Anteil des Umsatzes aus
- /// Alle Systemwettbewerber von Netto verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept stellt keine Sondersituation in der Region dar.
- /// Die Aktionsartikel werden überregional beworben, d. h. der spezielle Markt in Teutschenthal unterscheidet sich nicht von anderen Niederlassungen in der Region.

Insofern kann bei dem Netto-Markt am Standort Teutschenthal, Hallesche Straße 1a, auch nach dem Ersatzneubau von keinen Besonderheiten gegenüber anderen Standorten ausgegangen werden. Es handelt sich vielmehr um eine für den Betreiber **typische Niederlassung**. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort nur aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Standorte von Netto in der Region.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Teutschenthal

Die **Gemeinde Teutschenthal** (ca. 12.890 Einwohner¹⁰) liegt im Süden des Bundeslandes Sachsen-Anhalt, ca. 15 km südwestlich des Oberzentrums Halle (Saale) im Saalekreis. Gemäß Regionalem Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle ist Teutschenthal als Grundzentrum ausgewiesen (vgl. Karte 2)¹¹. Damit übernimmt die Gemeinde wichtige (Grund-)Versorgungsaufgaben für die ortsansässige Bevölkerung. Die nächstgelegenen Mittelzentren Eisleben und Merseburg liegen ca. 20 km nordwestlich bzw. südöstlich. Die umliegenden Städte bzw. Gemeinden Salzatal (Ortschaft Salzmünde), Bad Lauchstädt und Seegebiet Mansfelder Land (Ortsteil Röblingen am See) sind ebenfalls als Grundzentren ausgewiesen und liegen rd. 10 km entfernt.

Teutschenthal gliedert sich neben dem Kernort (inkl. Teutschenthal Bahnhof, Eisdorf, Köchstedt) in insgesamt sechs weitere Ortsteile.¹² Der Kernort Teutschenthal weist eine Südwest- / Nordost-Ausdehnung auf erstreckt entlang des Würdebaches. Das Siedlungsband reicht von Oberteutschenthal im Südwesten bis Eisdorf im Nordosten. Das weitere Gemeindegebiet ist überwiegend durch agrarisch genutzte Flächen geprägt. Im Umfeld des Teutschenthaler Bahnhofs sind darüber hinaus Industrie- und Gewerbebetriebe z. T. mit Bezug zur Kali-Gewinnung ansässig.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Teutschenthal kann als sehr gut eingestuft werden. So ist die Gemeinde über mehrere Landesstraßen an die das Gemeindegebiet querenden Bundesautobahnen A 38 (Halle (Saale) – Göttingen) und A 143 (Westumfahrung Halle) angebunden. Ferner ist über die Bundesstraße B 80 eine schnelle Anbindung an das Oberzentrum Halle (Saale) gewährleistet. Die Anbindung an den **ÖPNV** wird u. a. durch mehrere Bahnhaltepunkte an der Bahnstrecke Halle (Saale) – Lutherstadt Eisleben hergestellt. Darüber hinaus bestehen Busverbindungen in die umliegenden Gemeinden bzw. Städte im Mitteldeutschen Verkehrsverbund (MDV).

In der Vergangenheit wies die Stadt eine negative **Bevölkerungsentwicklung** auf: Die Einwohnerzahl nahm zwischen 2010 und 2017 um ca. 9,1 % ab.¹³ Zukünftig wird von einem weiteren Bevölkerungsrückgang ausgegangen. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt ist bis zum Jahr 2030 ein Einwohnerrückgang um ca. 11,8 % auf dann ca. 11.530 Einwohner prognostiziert.¹⁴

¹⁰ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2017.

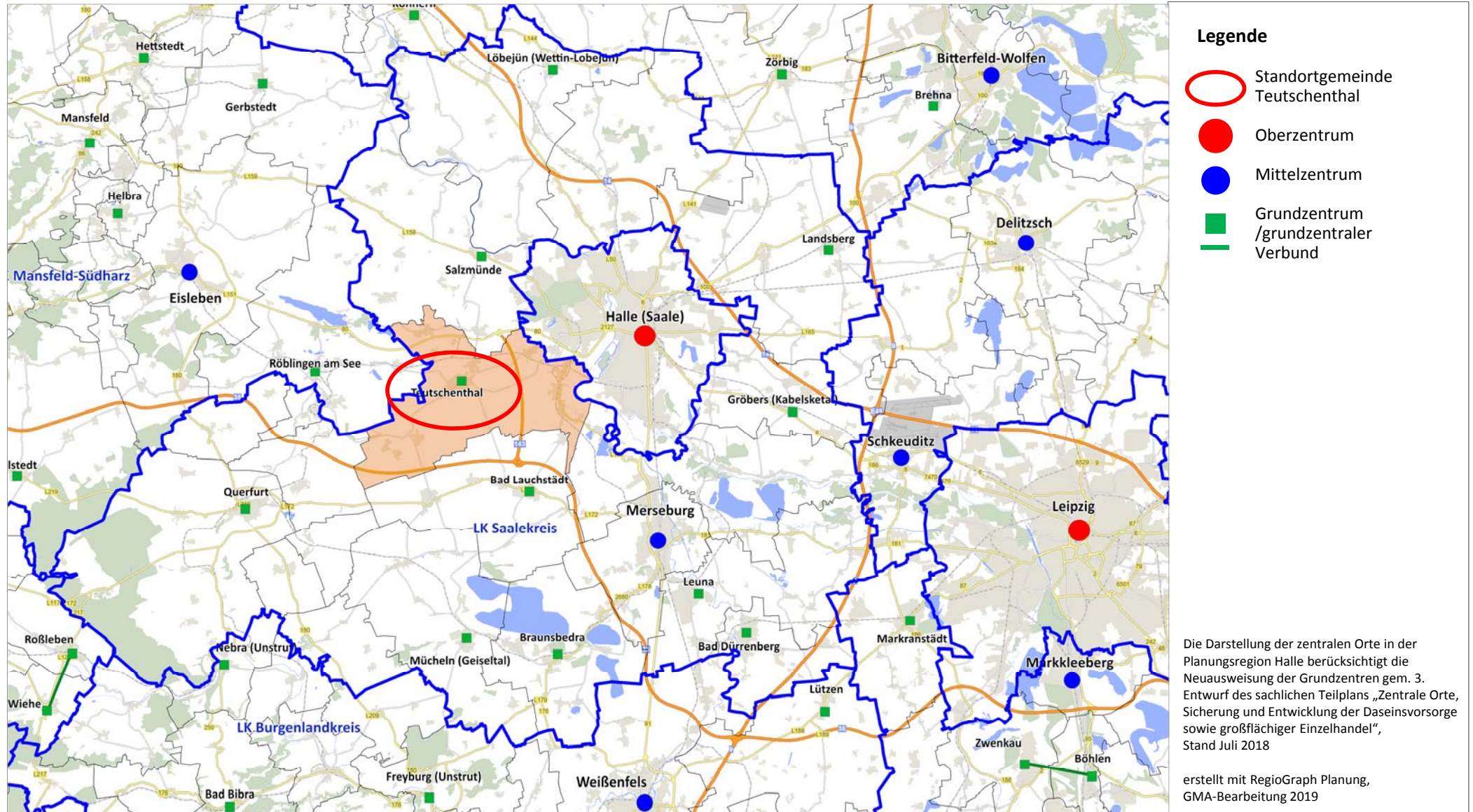
¹¹ Sowohl gemäß gültigem regionalen Entwicklungsplan 2010 als auch gemäß Sachlichem Teilplan „Zentrale Orte, Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge sowie großflächiger Einzelhandel“, 3. Entwurf vom 20.07.2018 ist Teutschenthal als Grundzentrum ausgewiesen.

¹² Ortsteile Angersdorf, Dornstedt, Holleben, Langenbogen, Steuden, Zscherben.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand jeweils 31.12., der Gebietsstand entspricht dem aktuellen Stand.

¹⁴ Quelle. Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, 6. regionalisierte Bevölkerungsprognose 2014 – 2030, Basisjahr der Prognose ist 2014.

Karte 2: Lage von Teutschenthal und zentralörtliche Struktur der Region



Die **Einzelhandelsstruktur** von Teutschenthal konzentriert sich im Wesentlichen auf den Kernort Teutschenthal (inkl. Eisdorf) und die Ortsteile Langenbogen und Angersdorf.

- /// **Teutschenthal: Fachmarktzentrum Poststraße:** am nordwestlichen Ortsrand des Kernortes gelegen, Magnetbetriebe: Edeka und Norma, ergänzt durch kleinteiligen Einzelhandel und Dienstleistungsbetriebe, bedeutendste Nahversorgungslage des Kernortes Teutschenthal; **Nahversorgungsstandort Eisdorf:** an der Halleschen Straße 1a / 1b: Lebensmittelmärkte Netto Marken-Discount (Planstandort) und Netto (dansk); **Nahversorgungsstandort Albert-Heise-Straße** in Unterteutschenthal: derzeit Penny; mehrere verstreut liegende **kleinteilige Einzelhandelsbetriebe** entlang der zentralen Verkehrsachse Friedrich-Henze-Straße / Albert-Heise-Straße.
- /// **Langenbogen:** Einzelhandelsagglomeration am südlichen Ortsausgang des Ortsteils Langenbogen an der Bundesstraße B 80 (Kochstädter Weg): Einzelhandelsmagneten Netto Marken-Discount und Penny, ergänzt um Getränkemarkt, Groschenmarkt, Sparkasse, Lebensmittelhandwerker und Lotto / Zeitschriften.
- /// **Angersdorf¹⁵:** Fachmarktzentrum an der Gemeindegrenze zu Halle (Saale); u. a. Aldi, toom Baumarkt, Roller Möbelmarkt

Ergänzend verfügen im Wesentlichen die drei genannten Ortsteile über weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter, u. a. Lebensmittelhandwerker, Spezialanbieter, Tankstelle. Insgesamt umfasst der Einzelhandelsbesatz in Teutschenthal primär Betriebe der Nahversorgung. Ausnahme bildet das Fachmarktzentrum in Angersdorf, das übergemeindlich ausstrahlt.

2. Mikrostandort Hallesche Straße 1a

Der **Planstandort** für den vorgesehenen Ersatzneubau des Netto-Marktes befindet sich im Kernort Teutschenthal, in Scharnierlage zwischen den Ortsteilen Eisdorf im Norden und Unterteutschenthal südwestlich. Das Projektgrundstück wird durch den Bestandsmarkt von Netto und das zugehörige Parkplatzareal geprägt. Die Netto-Liegenschaft wird im Westen durch die Bennstedter Straße und im Süden durch die Hallesche Straße begrenzt. Nordöstlich verläuft die gleichnamige Querspange der Halleschen Straße, wobei hier der Amselweg einmündet. Direkt nördlich von Netto befindet sich angrenzend ein einzelnes Wohnhaus. Das **Standortumfeld** ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Karte 3): **Nördlich** schließen sich kleinteilige Siedlungsbereiche von Eisdorf entlang der Bennstedter Straße und des Amselweges an. **Östlich** von Netto befinden sich agrarisch genutzte Flächen, Grünflächen sowie einzelne Gehöfte und Agrarbetriebe (u. a. Biogasanlage Teutschenthal). Unmittelbar **südlich** an der Halleschen Straße 1b ist eine Filiale des Anbieters Netto (dansk) ansässig. Daran schließen sich wiederum südlich Gewerbebetriebe (Betonwerk Teutschenthal GmbH, Spedition Jahnke) an. Im weiteren Verlauf der Albert-Heise-Straße nach

¹⁵ Angersdorf liegt bereits außerhalb des Einzugsgebietes von Netto, Hallesche Straße

Südwesten befinden sich kleinteilige Siedlungsbereiche, die weiter in das zusammenhängende Siedlungsgebiet von Teutschenthal übergehen. **Westlich** von Netto, an der Bennstedter Straße, sind zunächst Einzelgebäude positioniert. Jenseits des Würdebaches liegen westlich Kleingärten und weitere kleinteilige Wohnsiedlungsbereiche von Eisdorf / Unterteutschenthal (u. a. Straße des Friedens).

Foto 1: Netto-Markt, Hallesche Straße 1a



Foto 2: Bushaltestelle Eisdorf, Hallesche Straße am Planstandort



Foto 3: Benachbarter Netto (dansk)



Foto 4: Parkplatzareal Planstandort



Foto 5: Gesicherte Querung und Wohnbebauung Bennstedter Straße



Foto 6: Zufahrt Hallesche Straße

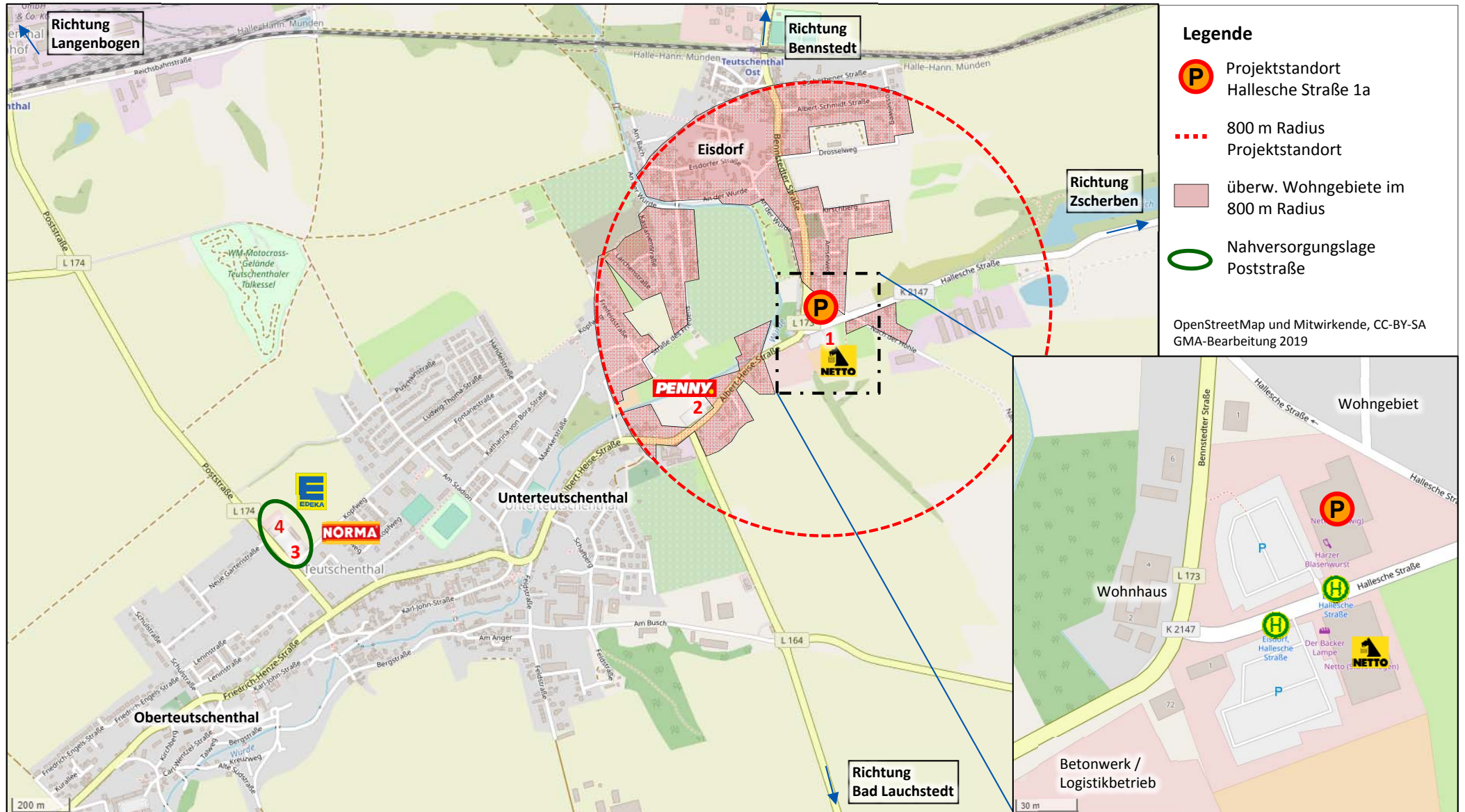


Foto 7: Geh- und Radweg sowie Wohnbebauung entlang der Benndorfer Straße



GMA-Aufnahmen 2019

Karte 3: Lage des Planstandortes in Teutschenthal und Umfeldnutzungen



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird primär über die Bennstedter Straße (Landesstraße L 173) hergestellt, die als wichtige Erschließungs- und Verbindungsachse das Gemeindegebiet von Teutschenthal durchquert. Zubringer- bzw. Verbindungsfunktion in den Ortsteil Zscherben hat darüber hinaus die Hallesche Straße (Kreisstraße K 2147). Die Anbindung an den **ÖPNV** wird über die direkt am Projektstandort liegende Bushaltestelle Eisdorf, Hallesche Straße, hergestellt. Somit kann die ÖPNV-Erreichbarkeit des Standortes im Rahmen der ortsüblichen Verhältnisse als gut bezeichnet werden. Die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist durch straßenbegleitende Gehwege aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen bzw. eine gesicherte Querungsmöglichkeit über die Bennstedter Straße gewährleistet.

Für den Planstandort ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Eine fußläufig akzeptierte Gehwegedistanz kann i. d. R. noch in einer Gehzeit von ca. 10 bis 15 Minuten angesetzt werden. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 m bis 1.000 m.¹⁶ Hier ist im Einzelfall auf die speziellen Rahmenbedingungen vor Ort Rücksicht zu nehmen. So sind im verdichteten städtischen Bereich z. T. nur 500 m Fußwegedistanz als akzeptabler Nahversorgungsradius u. a. in Einzelhandelskonzepten definiert. In aufgelockerten Siedlungsbereichen sind dagegen i. d. R. bis zu 700 bis 800 m Fußwegedistanz anzusetzen. Im ländlichen Bereich sind auch größere Entfernungen möglich.

In Anbetracht der kleinteiligen Siedlungsstrukturen von Teutschenthal kann für den Netto-Markt am Standort Hallesche Straße 1a, **ca. 800 m Gehwegedistanz** als fußläufig akzeptable Entfernung angesetzt werden. So sind weite Teile der Wohnsiedlungsbereiche von Eisdorf und Teile von Unterteutschenthal innerhalb des fußläufigen 800 m-Radius gelegen (vgl. Karte 3).

Zusammengefasst handelt es sich um einen **siedlungsintegrierten Standort**, da er für Teile von Teutschenthal wichtige (fußläufige) Nahversorgungsfunktionen übernimmt und direkten Wohngebietsbezug aufweist. Darüber hinaus ist der Standort verkehrlich günstig zu erreichen und verfügt über einen ÖPNV-Anschluss sowie eine Fuß- und Radwegeanbindung an die umliegenden Wohnbereiche. Dessen ungeachtet wird der Anbieter durch die Neuaufstellung im Zuge des Ersatzneubaus und die mit dem Vorhaben einhergehende nur moderate Verkaufsflächenerweiterung ca. 401 m² VK zukunftsfähig aufgestellt und so die Versorgung der im Standortumfeld lebenden Bevölkerung gesichert.

¹⁶ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017, S. 10.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

Die Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials bildet die Basis für die Umsatzprognose.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für den neu gebauten und erweiterten Netto Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 4).

Zur **Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

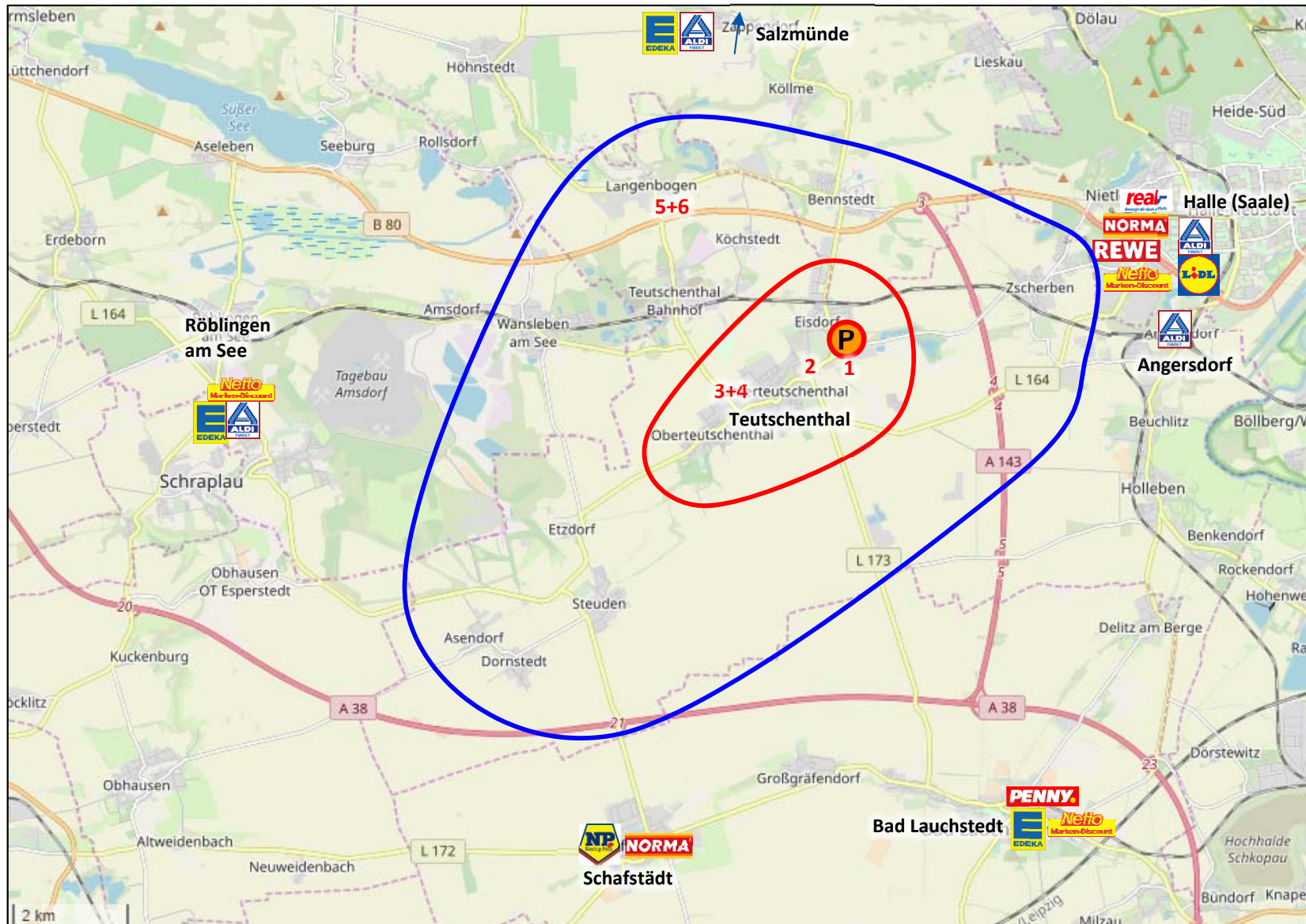
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, städtebauliche und naturräumliche Barrieren)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Geh- bzw. Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten Netto Lebensmittelmarkt am Standort „Hallesche Straße 1a“ folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

/// Zone I: Kerneinzugsgebiet	ca. 4.780 Einwohner
/// Zone II: erweitertes Einzugsgebiet	ca. 8.190 Einwohner
/// Einzugsgebiet insgesamt:	ca. 12.970 Einwohner. ¹⁷

¹⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand: 31.12.2017, Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Ortsteilebene mit WiGeoGIS 2018 nach Geomarkets (Stand: 30.09.2018).

Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Legende

P Projektstandort Hallesche Straße 1a

Einzugsgebiet

- Zone I (Kerneinzugsgebiet)
- Zone II (erweitertes Einzugsgebiet)

Hauptwettbewerber

Die Nummerierung der Wettbewerbsbetriebe im Einzugsgebiet entspricht der Nummerierung im Gutachten (siehe auch Karte 3).

Die Darstellung der Anbieter außerhalb des Einzugsgebietes dient lediglich dem Überblick und ist unvollständig.

OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA
GMA-Bearbeitung 2019

Durch den neu gebauten und erweiterten Netto-Markt am Standort Hallesche Straße 1a wird ein **Einzugsgebiet** erschlossen, welches sich im Kern (Zone I) auf den Kernort Teutschenthal (inkl. Eisdorf, ohne Teutschenthal Bahnhof und Köchstedt) erstreckt. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst darüber hinaus neben Teutschenthal Bahnhof und Köchstedt auch die weiteren Teutschenthaler Ortsteile Steuden, Dornstedt, Langenbogen und Zscherben. Die Ortsteile Angersdorf und Holleben gehören nicht mehr zum Einzugsgebiet des erweiterten Netto-Marktes, Hallesche Straße 1a, da diese räumlich deutlich abgesetzt sind und bezüglich ihrer Einkaufsorientierung stärker auf Halle-Neustadt bzw. Schkopau ausgerichtet sind. Dagegen zählen die Ortsteile Bennstedt (Gemeinde Salzatal) und Wansleben am See (Gemeinde Seegebiet Mansfelder Land) aufgrund der räumlichen Nähe und verkehrlich günstigen Erreichbarkeit zur Zone II des Einzugsgebietes.

Ein weiteres Ausgreifen des regelmäßigen Einzugsgebietes ist v. a. durch die zunehmende räumliche Entfernung bzw. die Erreichbarkeit des Standortes aufgrund von Entfernungsparametern nicht zu erwarten. Darüber hinaus begrenzt der Wettbewerb in den umliegenden Städten und Gemeinden mit eigenen Lebensmittelmärkten das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes Hallesche Straße 1a in Teutschenthal. So verfügen die Städte / Gemeinden bzw. Ortsteile Röblingen am See im Westen, Bad Lauchstädt inkl. Schafstädt im Süden, Halle-Neustadt im Osten und Salzmünde im Norden über eigene leistungsfähige Lebensmittelmärkte und begrenzen so das betriebliche Einzugsgebiet des Planvorhabens.

In geringem Umfang sind allerdings unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten, z. B. durch Pendler. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als Streuumsätze berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelnhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 5.570.¹⁸

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Teutschenthal, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

ca. 2.035 €.¹⁹

¹⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²⁰ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffern von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Teutschenthal bei 83,9, in „Seegebiet Mansfelder Land“ bei 89,9 und in Salzatal bei 97,5 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf **ca. 27,0 Mio. €**. Davon entfallen auf

- /// Zone I: ca. 10,0 Mio. €
- /// Zone II: ca. 17,0 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Netto bei ca. 13 %.

²⁰ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Teutschenthal bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet wurde von der GMA im Juni 2019 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Netto gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder – ähnliche Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

In **Zone I** des Einzugsgebietes sind im **Lebensmitteleinzelhandel** neben dem Planobjekt Netto Marken-Discount, Hallesche Straße 1a derzeit folgende strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) zu nennen (vgl. Karte 4):

- (1) **Netto (dansk)**, Hallesche Straße 1b, Streulage
- (2) **Penny**, Albert-Heise-Straße, Streulage
- (3) **Norma**, Poststraße, NVL Poststraße
- (4) **Edeka**, Poststraße, NVL Poststraße.

In **Zone II** des Einzugsgebietes sind darüber hinaus folgende strukturprägende Lebensmittelanbieter (> 400 m² VK) anzuführen, die sich alle im Gewerbegebiet des Ortsteils Langenbogen befinden:

- (5) **Netto Marken-Discount**, Köchstedter Weg, Gewerbegebietslage
- (6) **Penny**, Köchstedter Weg, Gewerbegebietslage

Neben den genannten Anbietern sind im Einzugsgebiet (Zone I und II) außerdem mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Fleischerei), Getränkeanbieter und Spezialanbieter vorhanden.

Die Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelanbieter im abgegrenzten Einzugsgebiet (Zone I und II) belief sich zum Zeitpunkt der GMA-Erhebungen auf **ca. 6.055 m² VK**. In diesen Geschäften wurde nach GMA-Einschätzung mit Lebensmitteln ein **Umsatz von ca. 21,0 Mio. €** erzielt.²¹

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets

Außerhalb des Einzugsgebietes ist auf die **Wettbewerbsstandorte in den umliegenden Städten und Gemeinden** bzw. deren zentralen Ortsteilen mit eigenen Lebensmittelmärkten hinzuweisen. So verfügen die umliegenden größeren Städte bzw. Zentralen Orte Seegebiet Mansfelder Land (Röblingen am See), Bad Lauchstädt (inkl. Schafstädt), Salztal (Salzmünde) und Halle (Saale), Halle-Neustadt über eigene, überwiegend leistungsfähige Lebensmittelmärkte, z. T. auch des Betreibers Netto Marken-Discount. Insgesamt wirken die genannten Gemeinden bzw. Standorte von Lebensmittelmärkten als begrenzend für das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes Netto (vgl. Karte 4).

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Gemäß **§ 34 Abs. 3 BauGB** ist bei der Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes im unbeplanten Innenbereich zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst zu definieren, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen.

Die **Gemeinde Teutschenthal** verfügt über kein städtisches Einzelhandelskonzept. Daher ist bei der Identifikation möglicher zentraler Versorgungsbereiche auf die konkrete tatsächliche Situation vor Ort abzustellen. Aufgrund der Vor-Ort-Begehung durch die GMA im Juni 2019 konnte im Gemeindegebiet entlang der zentralen orterschließenden „Hauptstraße“ Friedrich-Henze-Straße / Albert-Heise-Straße im Bereich der Ortslage Teutschenthal lediglich ein bandartiger, sehr lückenhafter Einzelhandels- und Komplementärbesatz identifiziert werden, der kein Zentrenfunktion übernimmt. Hingegen befindet sich an der Poststraße eine fachmarktartige Einzelhandels- und Komplementäragsglomeration mit den beiden Magnetbetrieben Edeka und Norma. Die Einzelhandels- und Komplementärausstattung bzw. die Versorgungsfunktion ist jedoch nur eingeschränkt auf eine gesamtstädtische bzw. umfassende gemeindliche Versorgung ausgerichtet und damit nur bedingt als zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) i. S. des BauGB auszuweisen. Ungeachtet dessen fungiert der **Standort Poststraße als bedeutende Nahversorgungslage** für die zentralen Bereiche von Teutschenthal und ist daher nach gutachterlicher Einschätzung als schützenswert einzustufen.

²¹ Umsatzangaben um Nonfoodanteile (Nonfood I und II) bereinigt.

Weitere, aufgrund ihrer Versorgungsbedeutung über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Nahversorgungslagen konnten dagegen innerhalb des Einzugsgebietes nicht definiert werden. Auch die weiteren solitären Nahversorgungsstandorte (i. W. Standorte der Lebensmittelmärkte) sind nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.²²

Das südlich von Teutschenthal, bereits außerhalb des Einzugsgebietes liegende **Bad Lauchstädt**, weist einen historischen Ortskern im Umfeld des Marktes auf, der über kleinteilige Fachgeschäfte, Dienstleister und ergänzende Funktionen (Verwaltung, Arztpraxen, Café) verfügt. Ein Magnetbetrieb i. S. eines Lebensmittelmarktes besteht dagegen nicht. Diese sind mit Edeka und Penny an der Straße „Am Bahnhof“ ca. 300 – 350 m östlich vom Markt entfernt ansässig, wobei ein funktionaler Bezug bzw. ausgeprägte fußläufige Kundenverflechtungen fehlen. Insgesamt ist für den Ortskern Bad Lauchstädt kein Status als zentraler Versorgungsbereich i. S. des Bauplanungsrechtes zu konstatieren.²³ Aufgrund der tatsächlichen lokalen Situation können die Märkte Edeka und Penny zwar nicht als dem Ortskern Bad Lauchstädt zugehörig gewertet werden, dennoch sind diese als funktionaler Ergänzungsstandort i. S. der Nahversorgung einzustufen.

Dementsprechend werden in vorliegender Analyse Auswirkungen i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB auf die **Nahversorgungslage Poststraße in Teutschenthal** geprüft. Hierfür wird zunächst die räumliche Abgrenzung der Nahversorgungslage dargelegt und eine Bewertung hinsichtlich des relevanten Einzelhandelsangebots vorgenommen, um darauf aufbauend mögliche schädliche Auswirkungen ableiten zu können.

Städtebauliche Bewertung der Situation in der Nahversorgungslage Poststraße, Teutschenthal

Der **Nahversorgungslage (NVL) Poststraße** befindet sich am nordwestlichen Ortsausgang des Kernortes Teutschenthal der Poststraße (Landesstraße L 174), welche den Kernort mit Teutschenthal Bahnhof und Langenbogen verbindet. Der Bereich umfasst die drei Gebäudekomplexe auf der Ostseite der Poststraße, die das gemeinsam genutzte Parkplatzareal einfassen. Nördlich bildet der Edeka-Supermarkt inkl. Bäckerei Schäfer den nördlichen Abschluss der Nahversorgungslage. Östlich befindet sich eine zweigeschossige Gewerbeimmobilie, die derzeit einen Asia-Textilmarkt (inkl. Haushaltswaren, Geschenke), einen Optiker, ein Asia-Bistro, eine Versicherungsagentur, ein Sportzentrum und Arztpraxen umfasst. Südlich befindet sich das Einzelhandelsobjekt des Discounters Norma.

²² Auch das Regionale Einzelhandelskonzept für die Region Halle (Saale) (abgekürzt: REHK Halle (Saale)) weist für die Gemeinde Teutschenthal keinen zentralen Versorgungsbereich aus. Vgl. Regionales Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Halle“, November 2014.

²³ Auch im REHK Halle (Saale) wird für die Einheitsgemeinde Bad Lauchstädt kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

Foto 8: Edeka, Poststraße



Foto 9: Norma, Poststraße



Foto 10: Gewerbe- und Dienstleistungsimmobilie, Poststraße



GMA-Aufnahmen 2019

Insgesamt dient die Nahversorgungslage primär der Nahversorgung für die angrenzenden Bereiche von Teutschenthal. Insbesondere mit dem großflächigen Edeka-Supermarkt ist ein Vollsortimenter mit z. T. gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung ansässig. Hingegen bestehen Angebotslücken hinsichtlich Einzelhandel- und Komplementäranbietern. Eine überörtliche Ausstrahlungskraft wird kaum erreicht. **Zusammenfassend** ist eine stabile städtebauliche Situation der Nahversorgungslage festzuhalten. Die Verkaufsfläche der Nahrungs- und Genussmittelanbieter beträgt rd. 1.860 m² VK.

4. Zusammenfassung Wettbewerbssituation

In der Gesamtbetrachtung ist die Wettbewerbsintensität im Nahrungs- und Genussmittelbereich **im Einzugsgebiet bzw. in Teutschenthal** als intensiv einzustufen. So sind ohne das Planobjekt Netto, Hallesche Straße 1a sechs weitere Lebensmittelmärkte in der Stadt ansässig, darunter fünf Lebensmitteldiscounter inkl. einer weiteren Filiale von Netto Marken-Discount (Langenbogen). Darüber hinaus wird das Angebot durch mehrere kleinflächige Lebensmittelanbieter (u. a. Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) ergänzt.

Außerhalb des Einzugsgebietes wirken die in den umliegenden größeren Städten und Gemeinden ansässigen Lebensmittelmärkte als begrenzend für das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes Netto, Hallesche Straße 1a.

Nachfolgende Tabelle stellt **zusammenfassend die projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel** dar.

Tabelle 2: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)**	
	in m ²	in %	In Mio. €	in %
Einzugsgebiet: Zone I*	3.615	60	13,0	62
Einzugsgebiet: Zone II	2.440	40	8,0	38
Einzugsgebiet insgesamt*	6.055	100	21,0	100
<i>davon Anbieter in der NVL Poststraße</i>	<i>1.860</i>	<i>31</i>	<i>6,1</i>	<i>29</i>

* ohne Netto-Bestandsmarkt, Hallesche Straße 1a

** Umsatz um Nonfood-Anteile bereinigt

GMA Erhebung und Berechnung 2019, ca.-Werte gerundet

V. Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzprognose für den neu gebauten und erweiterten Netto Lebensmittelmarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilskonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁴ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilskonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilskonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilskonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den Ersatzneubau des Netto Lebensmittelmarktes mit ca. 1.101 m² VK inkl. des inkl. des Konzessionärs anhand des Marktanteilskonzepts ermitteln:²⁵

Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilskonzeptes (Netto mit 1.101 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	10,0	15 – 20	1,7 – 1,8	0,2 – 0,3	2,0	45 – 50
Zone II	17,0	8 – 10	1,5 – 1,6	0,2 – 0,3	1,8	40 – 45
Einzugsgebiet	27,0	12	3,3	0,5	3,8	90
Streuumsätze			0,3 – 0,4	< 0,1	0,4	10
Insgesamt			3,6 – 3,7	0,5 – 0,6	4,2	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Netto 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

²⁴ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁵ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Somit lässt sich für den neu gebauten und erweiterten Netto-Markt inkl. inkl. des Konzessionärs mit ca. 1.101 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 4,2 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,6 – 3,7 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Non-food I und II).

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019 liegt die durchschnittliche Filialleistung von Netto bei ca. 3,3 Mio. €. Damit läge der Ersatzneubau des Netto-Marktes in Teutschenthal auf einem überdurchschnittlichen Niveau.

Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.101 m² Verkaufsfläche auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Netto-Märkten (gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019 Ø VK 780 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 3.800 € / m² VK wird dagegen nur eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität erreicht. Dies ist v. a. auf die Größe der geplanten Verkaufsfläche des Marktes, das begrenzte Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet sowie den intensiven Wettbewerb in Teutschenthal zurückzuführen.

Es ist festzuhalten, dass der überwiegende Teil der zusätzlichen Verkaufsfläche von Erweiterungsvorhaben im großflächigen Bereich dem Komfort der Kunden (breitere Gänge für angenehmeres Bewegen und bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Vereinfachung der Regalbestückung mit Waren) zugutekommen wird, ohne dass der Umsatz proportional zur Verkaufsfläche wächst.

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des Vorhabens von Netto am Standort Hallesche Straße 1a werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der **Netto Lebensmittelmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche inkl. des Konzessionärs von insgesamt ca. 1.101 m² eine Umsatzleistung von ca. 4,2 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,6 – 3,7 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Lebensmittelanbieter Netto bereits seit Jahren am Standort Hallesche Straße 1a auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 700 m² inkl. bestehender Fleischerei ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit inkl. Fleischerei eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 2,8 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,4 – 2,5 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,3 – 0,4 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert bzw. sind marktwirksam und werden auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- /// Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass der erweiterte Netto-Markt mit 1.101 m² Verkaufsfläche nicht dieselben Flächenleistungen erzielen wird wie der Bestandsmarkt.²⁶ So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird nicht zu erwarten sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Insofern ist die gutachterlicherseits aus dem Marktanteilkonzept ermittelte Umsatzleistung (rechnerische Flächenleistung ca. 3.800 € / m² VK) für den neu gebauten und erweiterten Markt im Einzugsgebiet bereits als Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen zu betrachten, da eine höhere Umsatzleistung nicht zu erwarten ist (worst-case Ansatz).
- /// Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist nur der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmittelmarkts der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandflä-

²⁶ Für den Bestandsmarkt liegt die ermittelte Verkaufsflächenproduktivität bei ca. 4.000 € / m² VK.

chen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12. Februar 2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt“.²⁷

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 4: Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet

Umsatzherkunft		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €	Umsatzher- kunft / -um- verteilung in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes inkl. Streuumsätze und Fleischerei	-	2,4 – 2,5	-
	▪ Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern in Zone I*	13,0	0,9 – 1,0	7 – 8
	▪ Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern in Zone II	8,0	0,2 – 0,3	3
	▪ Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern im Einzugsgebiet insgesamt*	21,0	1,2	5 - 6
	▪ davon Anbieter in der NVL Poststraße	6,1	0,3 – 0,4	6
	▪ Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Bad Lauchstädt)	-	< 0,1	n. n.
	▪ Umsatz Netto-Markt im Lebensmittelbereich	21,0	3,6 – 3,7	-
Nichtlebens- mittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Netto-Marktes	-	0,3 – 0,4	-
	▪ Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	-	0,2	n. n.
	▪ Umsatz Netto-Markt im Nichtlebensmittelbereich	-	0,5 – 0,6	-
Umsatz Netto-Markt mit 1.101 m² VK insgesamt		-	4,2	-

n. n. = Umsatzumverteilung nicht nachweisbar

* ohne Netto-Bestandsmarkt und ohne bestehende Fleischerei, Hallesche Straße 1a

GMA-Berechnungen 2019, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

²⁷ Vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12. Februar 2009, RN 6.

2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben von Netto zu erwarten:

- /// Durch den Ersatzneubau des Netto-Marktes bzw. der damit verbundenen Erweiterung und Modernisierung werden bei einem derzeitigen Umsatz der betroffenen Wettbewerber im **Einzugsgebiet** i. H. von ca. 21,0 Mio. €²⁸ ca. 1,2 Mio. € des Bestandsumsatzes bei Lebensmitteln umverteilt (inkl. Konzessionärsfläche). Dies entspricht rechnerisch einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 5 – 6 %.
- /// Die Wettbewerbswirkungen werden insbesondere gegenüber den systemgleichen bzw. ähnlichen **Hauptwettbewerbsbetrieben im Einzugsgebiet** zu erwarten sein, welche durch die Lebensmittelmärkte (Nr. 1 – 6 in Karte 4) in Teutschenthal dargestellt werden. Nachgeordnet werden auch die im Einzugsgebiet gelegenen Betriebe des Lebensmittelhandwerks und weitere kleinteilige Anbieter mit Umsatzumverteilungen konfrontiert. Mit Blick auf die Nahversorgungsstrukturen innerhalb von Teutschenthal sind aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen von ca. 7 – 8 % (Zone I) bzw. 3 % (Zone II) keine Bestandsgefährdungen von Nahversorgungsbetrieben zu erwarten. Zwar werden wettbewerbliche Effekte auftreten, der Anhaltswert von 10 % Umsatzumverteilung, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten wären, wird deutlich unterschritten. Eine Bestandsgefährdung von Anbietern in Teutschenthal und damit eine **Gefährdung der wohnortnahen Versorgung ist daher auszuschließen**.
- /// Gegenüber Anbietern in der **Nahversorgungslage Poststraße** werden ca. 0,3 – 0,4 Mio. € umverteilt, was einer Umverteilungsquote von ca. 6 % entspricht. Davon werden primär der Supermarkt Edeka und der Discounter Norma betroffen sein. Beide Märkte sind allerdings als wirtschaftlich stabil und leistungsfähig einzustufen. So profitieren beide Anbieter von den Kopplungseffekten untereinander sowie auch mit den weiteren in der Nahversorgungslage ansässigen Einzelhandels- und Komplementärnutzungen. Insgesamt halten sich die wettbewerblichen Effekte in Grenzen, so dass eine Betriebsabschmelzung eines der Magnetanbieter (Edeka / Norma) bzw. auch eines kleinteiligen weiteren Nahversorgungsanbieters auszuschließen ist. **Schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB auf die Nahversorgungslage Poststraße in Teutschenthal sind zu verneinen**.
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** liegen die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte auf einem nicht nachweisbaren Niveau (Streuumsätze,

²⁸

Umsatz um Nonfoodanteile bereinigt, ohne Umsatzes des bestehenden Netto-Marktes.

< 0,1 Mio. €). Die dortigen Anbieter werden nicht spürbar tangiert. Dies gilt gleichermaßen für Märkte in Streulagen wie für Anbieter in (faktischen) zentralen Versorgungsbereichen. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind hier auszuschließen.

Dies gilt auch für den **Ortskern Bad Lauchstädt**. Hier sind schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB auszuschließen. Ferner werden die Lebensmittelmärkte Edeka und Penny, Am Bahnhof, die Ergänzungsfunktionen i. S. der Nahversorgung für den Ortskern Bad Lauchstädt übernehmen, nicht nachweislich von Wettbewerbswirkungen oder gar negativen städtebaulichen Auswirkungen tangiert.

■ Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe ca. 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie Fachmärkten und Fachgeschäften im Einzugsgebiet und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als marginal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfalle nicht zu erwarten.

■ Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der moderne Ersatzneubau von Netto-Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandene städtebauliche Situation „kippen“ kann und bestehende Strukturen beeinträchtigt werden. Dies ist im vorliegenden Fall zu verneinen. So werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Insofern ist auch nach einer Modernisierung von Netto von stabilen Versorgungsstrukturen im Lebensmittelbereich auszugehen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB führen werden. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des Netto-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes können ausgeschlossen werden.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ersatzneubau und Erweiterung des bestehenden Netto Lebensmittelmarktes von ca. 700 m² VK (inkl. Fleischerei) auf ca. 1.101 m² VK (inkl. Konzessionär) ▪ Standort Hallesche Straße 1a in Teutschenthal, heterogene Nutzungsstrukturen im Standortumfeld
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 34 Abs. 3 BauGB
Standortrahmenbedingungen Teutschenthal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Grundzentrum Teutschenthal mit rd. 12.890 Einwohnern ▪ Einzelhandelsstrukturen: Nahversorgungslage Poststraße, weitere Standorte von Lebensmittelmärkten im Kernort Teutschenthal und in den Ortsteilen Langenborgen und Angersdorf
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet Zone I: Kernort Teutschenthal, Zone II: weitere Ortsteile von Teutschenthal sowie Wansleben am See und Bennstedt ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 12.970 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 21,0 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.101 m² VK: ca. 4,2 Mio. €, davon ca. 3,6 – 3,7 Mio. € Food und ca. 0,5 – 0,6 Mio. € Nonfood
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ innerhalb des Einzugsgebietes max. 7 – 8 ▪ <i>davon Anbieter in der Nahversorgungslage Poststraße</i> <i>ca. 6</i> ▪ außerhalb des Einzugsgebietes nicht nachweisbar
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die durch das Erweiterungsvorhaben von Netto ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 6 % gegenüber Betrieben in (faktischen) zentralen Versorgungsbereichen (hier: Nahversorgungslage Poststraße) werden zu keiner Schädigung dieses zentralen Versorgungsbereiches, als auch von zentralen Versorgungsbereichen in umliegenden Gemeinden i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB führen. Eine Bestandsgefährdung der Lebensmittelmärkte in sonstigen Lagen im Einzugsgebiet und damit eine Gefährdung der wohnortnahen Versorgung ist ebenfalls nicht zu erwarten.

GMA-Zusammenstellung 2019

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lageplanentwurf Planstandort Netto in Teutschenthal, Hallesche Straße 1a	5
Karte 2: Lage von Teutschenthal und zentralörtliche Struktur der Region	13
Karte 3: Lage des Planstandortes in Teutschenthal und Umfeldnutzungen	16
Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	19
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	9
Tabelle 2: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet	26
Tabelle 3: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Netto mit 1.101 m ² VK)	27
Tabelle 4: Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	30
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2017	7
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Netto-Markt, Hallesche Straße 1a	15
Foto 2: Bushaltestelle Eisdorf, Hallesche Straße am Planstandort	15
Foto 3: Benachbarter Netto (dansk)	15
Foto 4: Parkplatzareal Planstandort	15
Foto 5: Gesicherte Querung und Wohnbebauung Bennstedter Straße	15
Foto 6: Zufahrt Hallesche Straße	15
Foto 7: Geh- und Radweg sowie Wohnbebauung entlang der Benndorfer Straße	15
Foto 8: Edeka, Poststraße	25
Foto 9: Norma, Poststraße	25
Foto 10: Gewerbe- und Dienstleistungsimmoblie, Poststraße	25